



Case Study Bang & Olufsen

Bang & Olufsen

Gründung:	1925
Sitz:	Struer, Dänemark
Branche:	High-end Luxury Consumer Electronics
Umsatz:	426,3 Millionen USD
Mitarbeiter:	2347
Partner:	

publicis
sapient

KRUSO

Das Unternehmen

Bang & Olufsen (B&O) ist eine der traditionsträchtigen und führenden Luxus-Lifestyle-Marken der Welt. Seit 1925 wurde das skandinavische Design-Erbe weiterentwickelt und ist heute in mehr als 70 Märkten weltweit präsent – online, mit eigenen Stores und Vertriebspartnern.

Die Herausforderung

BeoPlay ist eine B&O-Eigenmarke mit Spezialisierung auf tragbare Produkte und Audiosysteme für Zuhause und unterwegs. Nun sollten die beiden Marken BeoPlay und B&O unter einem Dach vereint und damit die digitale Präsenz neu aufgestellt sowie der Online-Direktverkauf gestärkt werden.

Die Lösung

Basierend auf einer Plattformarchitektur, die commercetools als Commerce-Lösung, Contentful als Content-Management-Plattform und React als User-Interface-Framework kombiniert, wurden alle E-Commerce-Funktionen nach einem API-first-Ansatz programmiert.

Das Ergebnis

2018 launchte B&O nach nur sechs Wochen einen Prototyp der Website inklusive globalem Online-Shop, der auf einer flexiblen Plattform nicht nur die beiden Marken BeoPlay und B&O, sondern auch den stationären Einzel- mit dem Onlinehandel verbindet – die Grundlage für die Omnichannel-Strategie.